

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis tentang faktor – faktor yang memengaruhi keputusan pembelian air minum isi ulang warga Kelurahan Manisrejo Kecamatan Taman Kota Madiun, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini tidak terbukti semua, yaitu

- 5.1.1 Faktor harga dan jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap air minum isi ulang, sedangkan faktor kualitas memengaruhi keputusan masyarakat di Kelurahan Manisrejo Kecamatan Taman Kota Madiun secara signifikan dalam melakukan pembelian air minum isi ulang.
- 5.1.2 Faktor yang dominan memengaruhi keputusan pembelian air minum isi ulang warga Kelurahan Manisrejo Madiun adalah faktor kualitas produk.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari adanya keterbatasan yang mungkin memengaruhi hasil penelitian ini, yaitu ruang lingkup penelitian yang ini hanya dilakukan pada warga Kelurahan Manisrejo Madiun, selain itu pada variabel jumlah anggota keluarga terdapat item pertanyaan yang bertentangan, tidak sesuai dengan dimensi pengukuran variabel jumlah anggota keluarga. Sehingga tidak dapat menjelaskan pengaruh variabel harga dan jumlah anggota keluarga terhadap keputusan pembelian

5.3 Saran

Dalam penelitian ini, variabel harga dan jumlah anggota tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menguji ulang variabel ini dengan menambah wilayah penelitian selain Kelurahan Manisrejo, atau mengganti obyek penelitian dengan jumlah sampel yang lebih memadai. Diharapkan penelitian

selanjutnya menggunakan item pertanyaan dengan dimensi pengukuran variabel yang sesuai serta menggunakan kuisioner pernyataan yang tidak saling bertentangan sehingga dapat saling dipahami oleh responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia,Suri dan Oloan Asmara. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6. 660-669.
- Bangun,Wilson. (2007). *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: PT Refika Aditama
- BPS. Katalog : 1102001.3577. *Kota Madiun Dalam Angka*. 2017
- Budiharja, Erlik Gigih. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8 (2). Edisi Juni 2016
- Budiyono dan Siswo Sumardiono. (2013). *Teknik Pengolahan Air*. Yogyakarta:Graha Ilmu
- Dajan, Anto. (1996), *Pengantar Metode Statistik, Jilid Kedua*. Jakarta:LP3ES
- Engel, James.F, Ronger D. Blackwell, Paul W. Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binaripa Aksara
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program (IBM SPSS.) Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harahap, Y. Masdayani, Faigiziduhu Buulolo dan Henri R Sitepu. (2013). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Air Minum Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi Medan. *Saintia Matematika*, 1. 325-336
- <http://disdukcapil.bontangkota.go.id/index.php/data-agregat/108-profil/profil-2010/141-jumlah-keluarga-dan-rata-rata-anggota-keluarga> di akses pada 29 Mei 2019 jam 17:40
- <https://www.sehataqua.co.id/fakta-air-mineral-yang-perlu-anda-ketahui/> diakses pada 29 Mei 2019 jam 04:36
- <https://tirto.id/asal-muasal-air-minum-kemasan-di-indonesia-bXsv> diakses pada 28 may 2019 _ 22:36
- <http://www.tribunnews.com/section/2018/11/25/10-khasiat-minum-air-putih-yang-cukup-jaga-kesehatan-kulit-hingga-bantu-diet> di akses pada 31 Maret 2019 jam 16:45

<https://www.sehatq.com/artikel/mana-yang-lebih-aman-air-minum-isi-ulang-atau-air-keran-rebusan> di akses pada 23 Mei 2020 jam 13:45

Keputusan Menperindag RI Nomor 651/MPP/Kep/10/2004. Tentang Persyaratan Teknis Depot Air Minum dan Perdagangannya

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran (terjemahan). Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Pertama*. Jakarta: Salemba empat.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen, Edisi 15*, Pearson Education Inc.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.(2003). *Dasar - Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke-9*. Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.

_____.(2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran 1. Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga.

_____.(2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran 1. Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.

_____.(2014). *Dasardasar Pemasaran, Edisi Kesembilan*, Jakarta:PT. Indeks.

Laksana,Fajar.(2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:Graha Ilmu.

Mudrajat,Kuncoro.(2013). *Mudah Memahami dan Menganalisis Indikator Ekonomi*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.

Nurdiansyah,Dedi.(2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung. Lampung. *Skripsi program stata-1 Fakultas Ekonimi dan Bisnis Universitas Lampung*. Didapat dari<http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/25883>

Onny,Untung. (1995). *Menjernihkan Air Kotor*. Jakarta: Puspa Swara

Parimin, Muhammad Yusuf dan Umar Maya Putra.(2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Air Minum Isi Ulang Di Kota Binjai. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskli*,6. 103-112

Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010 tentang persyaratan kualitas air minum.

- Peter,J dan Jerry C Olson. (2000). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1. Edisi keempat. Jakarta : Erlangga.
- Portal Statistik. (2019) *Cara Membaca atau Melihat Tabel T dengan Excel*. Didapatkan dari <http://www.portal-statistik.com/2015/05>
- Riduwan dan Akdon. (2015). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung:Alfabeta
- Sagita, S.H Mila, Dwi Susilowati, dan Sri Hindarti. (2018). Faktor – Faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pia Apel SHYIF
- Sari, Anisa Kurnia. 2013. Pengaruh Citra Merk dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.
- Silfiani, Y.Yen dan Hardi Utomo. 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Startegi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK Java. *Among Markati*, 10 (20). hal 37-54
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan,U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalina Indonesia.
- Sunarto. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan.*Equilibrium*. 3 (2). 191-205
- Suprihatin, B., & Adriyani, R. (2008). Higiene sanitasi depot air minum isi ulang di kecamatan Tanjung Redep kabupaten Berau Kalimantan Timur. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*. 4 (2). 81-88
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husain. (2003). *Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Untung,Onny. (1995). *Menjernihkan Air Kotor*. Jakarta:Puspa Swara
- Widarto, L.(1996). *Membuat Alat Penjernih Air*. Yogyakarta:Kanisius